


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета экономики



В.С. Отто
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.13.01 Моделирование в маркетинговых исследованиях

Уровень основной профессиональной образовательной программы –

бакалавриат

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль) подготовки – «Международная торговля»

Форма обучения – очная

Сроки освоения ОПОП – нормативный 4 года

Факультет экономики

Кафедра предпринимательства и планирования экономической деятельности

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся компетенций, позволяющих разрабатывать и применять в профессиональной деятельности маркетинговые модели описания социально-экономических процессов и явлений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина относится к дисциплинам по выбору Блока 1.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые следующими предшествующими дисциплинами:

Экономика фирмы
Статистика

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Организация, технология и проектирование предприятий
Маркетинг в торговой деятельности
Аналитические технологии в маркетинге

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих профессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1.	ОПК-2	способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	термины, конкретные факты, методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования, используемые при выборе инструментальных средств обработки экономических данных в соответствии с поставленными профессиональными задачами.	применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для моделирования бизнес-процессов	методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых для моделирования бизнес-процессов
2.	ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования бизнес-процессов, используемые для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
МОДЕЛИРОВАНИЕ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ					
Цель дисциплины	Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся компетенций, позволяющих разрабатывать и применять в профессиональной деятельности маркетинговые модели описания социально-экономических процессов и явлений.				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Формы оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК-2	способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	<p><u>Знать</u> термины, конкретные факты, методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования, используемые при выборе инструментальных средств обработки экономических данных в соответствии с поставленными профессиональными задачами.</p> <p><u>Уметь</u> применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>	<p>Собеседование Типовой расчет (задачи) Зачет</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ Имеет представление и типовых методах моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели реальных конфликтных ситуаций</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Знает типовые методы моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели решать задачи моделирования, интерпретировать полученные результаты</p>

		<p>моделирования бизнес-процессов</p> <p><u>Владеть</u></p> <p>методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых для моделирования бизнес-процессов</p>			
ПК-3	<p>готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p><u>Знать</u></p> <p>методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования бизнес-процессов, используемые для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка</p> <p><u>Уметь</u></p> <p>применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского</p>	<p>Лекции</p> <p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Собеседование</p> <p>Типовой расчет (задачи)</p> <p>Зачет</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>Имеет представление и типовых методах моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели реальных конфликтных ситуаций</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ</p> <p>Знает типовые методы моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели решать задачи моделирования, интерпретировать полученные результаты</p>

		спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка <u>Владеть</u> методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка			
--	--	---	--	--	--

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов	Семестр
			4
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий (всего))		32	32
В том числе:			
Лекции (Л)		16	16
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)		16	16
Лабораторные работы (ЛР)		-	-
Самостоятельная работа студента (всего)		40	40
В том числе			
<i>СРС в семестре:</i>		40	40
Чтение текста учебника, лекций		10	10
Решений практических задач		20	20
Решений вариативных задач		20	20
<i>СРС в период сессии:</i>		-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет (З), зачет с оценкой (ЗО)	3	3
	экзамен (Э)		
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	72	72
	зач. ед.	2	2

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
		3	4
4	1	Модели сегментирования потребителей.	Модель сущности сегментирования. Дидактические модели сегментирования потребителей. Аналитические модели сегментирования потребителей. Прогнозные модели сегментирования потребителей. Креативные модели сегментирования потребителей.
	2	Моделирование товара и бренда.	Моделирование товара: понятие, сущность, области применения. Модель искомым выгод. Модель товара по Котлеру. Блочная и мультиатрибутивная модели товара. Моделирование бренда: понятие, сущность, области применения. Одномерная модель бренда. Модель бренда в двух измерениях. Модель бренда в трех измерениях. Модель бренда 4D. Модель бренда по А. Элвуду.
	3	Моделирование спроса в задачах маркетинга	Функция покупательского спроса. Модель поведения потребителей в графическом виде. Изменение спроса на товар по мере роста доходов. Графики функций Торнквиста. Зависимость спроса на товары от уровня цен. Прямые и перекрестные коэффициенты эластичности. Моделирование и прогнозирование покупательского спроса.
	4	Моделирование поведения потребителей	Процесс моделирования конечного потребителя. Модель поведения конечного потребителя (по Ф. Котлеру). Модель принятия решения о покупке. Модель процесса покупки товаров производственного назначения (по Ф. Котлеру). Модель поведения потребителей на финансовом рынке
	5	Моделирование конкуренции	Модель Портера. Моделирование конкурентного поведения в условиях монополии. Моделирование конкурентного поведения в условиях олигополии. Моделирование конкурентного поведения в условиях монополистической конкуренции. Моделирование конкурентного поведения в условиях совершенной конкуренции.

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестрам)
			Л	ЛР	ПЗ/С	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4	1	Модели сегментирования потребителей.	2	-	2	8	12	
	2	Моделирование товара и бренда.	2	-	2	8	12	
	3	Моделирование спроса в задачах маркетинга	4	-	4	8	16	
	4	Моделирование поведения потребителей	4	-	4	8	16	
	5	Моделирование конкуренции	4	-	4	8	16	
			Зачет					-
		ИТОГО за семестр	16	-	16	40	72	

2.3 Лабораторный практикум – не предусмотрен

2.4 Курсовые работы по учебной дисциплине не предусмотрены

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
4	1	Модели сегментирования потребителей.	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
	2	Моделирование товара и бренда.	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
	3	Моделирование спроса в задачах маркетинга	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
	4	Моделирование поведения потребителей	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
	5	Моделирование конкуренции	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
ИТОГО в семестре				40

3.2. График работы студента (только для студентов очного отделения)

Семестр № 4

Форма оценочного средства	Условное обозначение	Номер недели															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Собеседование			+				+				+			+			
Типовой расчет				+			+			+			+			+	

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа, наряду с аудиторными занятиями, является неотъемлемой частью изучения дисциплины. Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий.

В ходе самостоятельной работы изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научными статьями и материалами исследований в данной области. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

При подготовке к экзамену повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на экзамен и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Для оптимизации организации и повышения качества обучения студентам рекомендуется руководствоваться следующими методическими рекомендациями, размещёнными на официальном сайте:

1. Мартишина Н.В. Электронный образовательный ресурс «Самостоятельная работа студентов»: свидетельство о регистрации ресурса № 20418 / Мартишина Н.В., Еремкина О.В.; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Дата регистрации 21.10.2014. – Объем 196 Мб (200704 Кб).

2. Страхов В.В. Формы организации учебного процесса в вузе [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для молод. преподавателей / В.В. Страхов, Е.Н. Горохова, Т.В. Кременецкая; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Рязань, 2012. – URL:http://www.rsu.edu.ru/wordpress/wpcontent/uploads/2015/04/formy_organizacii_uchebnogo_processa.pdf/

3. Мишакова Н. А., Истомина Т. И., Енькова М. О. Организация самостоятельной работы студентов. Методические рекомендации для преподавателей и студентов. - Редакционно-издательский центр РГУ имени С. А. Есенина, Рязань, 2014 г., - 40 с.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(см. Фонд оценочных средств)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Моделирование бизнес-процессов : учебное пособие : [16+] / А.Н. Байдаков, О.С. Звягинцева, А.В. Назаренко и др. ; Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра менеджмента. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 179 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484916 (дата обращения: 18.11.2020). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.	1-5	4	ЭБС	
2.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200 (дата обращения: 18.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01185-6. – Текст : электронный.	1-5	4	ЭБС	

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Наумова, Л.М. Проектирование маркетинговых исследований : учебное пособие / Л.М. Наумова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2014. – 248 с. : табл., граф., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278	1-5	4	ЭБС	

	(дата обращения: 18.11.2020). – Библиогр.: с. 209-211. – ISBN 978-5-8158-1425-7. – Текст : электронный.				
2.	Игрунова, О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг: учебное издание / О.М. Игрунова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – Ч. 1. – 102 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772 (дата обращения: 18.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-6041-6. – DOI 10.23681/436772. – Текст : электронный.	1-5	4	ЭБС	
3.	Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 294 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211 (дата обращения: 18.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03074-1. – Текст : электронный.	1-5	4	ЭБС	

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 15.04.2020) .
2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. - Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 15.04.2020).
3. Moodle [Электронный ресурс] : среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. - Рязань, [Б.г.]. - Доступ, после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. - Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 05.05.2020).
4. Royal Society of Chemistry journals [Электронный ресурс] : [база данных]. - Доступ к полным текстам архива научных журналов 1841-2007 гг. из сети РГУ имени С.А. Есенина. Режим доступа: <http://pubs.rsc.org/en/Journals?key=Title&value=Current> (дата обращения: 15.04.2020) .
5. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 15.06.2020).
6. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 15.04.2020).
7. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 15.04.2020).
8. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. - Москва : Рос. гос. б-ка, 2003 -. - Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. - Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 15.04.2020).
9. Юрайт [Электронный ресурс] : электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 15.04.2020).

20.04.2020).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Онлайн-калькулятор [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://referatwork.ru>, свободный(дата обращения: 20.04.2020).
2. Онлайн-калькулятор [Электронный ресурс]- Режим доступа: http://math.semestr.ru/games/games_manual.php(дата обращения: 20.04.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

Необходимы стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций – видеопроектор, ноутбук, экран. Необходимы стандартно оборудованные аудитории для проведения практических занятий.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: необходимы видеопроектор, ноутбук, экран.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: не требуется

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (Заполняется только для стандарта ФГОС ВПО)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно; фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия (семинар)	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы и электронных презентаций лекций, работа с официальными источниками статистической информации, работа над аналитическими заданиями, просмотр электронных презентаций по заданной теме, решений задач по алгоритму и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях,

углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций, графических объектов, схем и образцов (через Интернет);
- распространение самостоятельных заданий и консультирование посредством электронной почты;
- консультирование обучающихся по подготовке к семинарскому занятию посредством электронной почты.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса:

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows ¹	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.) система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

11. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ

Приложение 1

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1	Модели сегментирования потребителей.	ОПК-2, ПК-3	Зачет
2	Моделирование товара и бренда.	ОПК-2, ПК-3	Зачет
3	Моделирование спроса в задачах маркетинга	ОПК-2, ПК-3	Зачет
4	Моделирование поведения потребителей	ОПК-2, ПК-3	Зачет
5	Моделирование конкуренции	ОПК-2, ПК-3	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОПК-2	способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	знать	
		термины, конкретные факты, методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования, используемые при выборе инструментальных средств обработки экономических данных в соответствии с поставленными профессиональными задачами.	ОПК2 31
		уметь	
		применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для моделирования бизнес-процессов	ОПК2 У1
		владеть	
		методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых для моделирования бизнес-процессов	ОПК2 В1
ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью	знать	
		методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования бизнес-процессов, используемые для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	ПК3 31

	маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	уметь	
		применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	ПК3 У1
		владеть	
		методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	ПК3 В1

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
(ЗАЧЕТ)**

№	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Моделирование как важный этап маркетингового исследования	ОПК2 31, ПК-3 31
2	Понятие модели маркетинга.	ОПК2 31, ПК-3 31
3	Виды моделей маркетинга и особенности их применения.	ОПК2 31, ПК-3 31
4	Требования к маркетинговым моделям.	ОПК2 31, ПК-3 31
6	Моделирование спроса в задачах маркетинга	ОПК2 31, ПК-3 31
7	Функция покупательского спроса.	ОПК2 31, ПК-3 31
8	Моделирование потребностей потребителей	ОПК2 31, ПК-3 31
9	Модели сегментирования потребителей	ОПК2 31, ПК-3 31
10	Модель поведения потребителей.	ОПК2 В1, ПК-3 В1
11	Изменение спроса на товар по мере роста доходов.	ОПК2 В1, ПК-3 В1
12	Зависимость спроса на товары от уровня цен.	ОПК2 В1, ПК-3 В1
13	Прямые и перекрестные коэффициенты эластичности.	ОПК2 В1, ПК-3 В1
14	Моделирование и прогнозирование покупательского спроса.	ОПК2 В1, ПК-3 В1
15	Модель принятия решения о покупке.	ОПК2 В1, ПК-3 В1
16	Модель процесса покупки товаров производственного назначения (по Ф. Котлеру).	ОПК2 В1, ПК-3 В1
17	Моделирование конкурентного поведения фирмы	ОПК2 В1, ПК-3 В1
18	Стратегические маркетинговые модели-матрицы	ОПК2 В1, ПК-3 В1
19	Модель Портера	ОПК2 В1, ПК-3 В1
	Моделирование товара	ОПК2 В1, ПК-3 В1
20	Модели анализа жизненного цикла товара	ОПК2 У1, ПК-3 У1
21	Моделирование бренда	ОПК2 У1, ПК-3 У1
22	Модели управления производственными запасами с учётом спроса и цен на продукцию	ОПК2 У1, ПК-3 У1
23	Модель производственных поставок	ОПК2 У1, ПК-3 У1
24	Модель поставок со скидкой	ОПК2 У1, ПК-3 У1
25	Моделирование инвестиций и анализ их эффективности	ОПК2 У1, ПК-3 У1

26	Решение задач развития и размещения производства	ОПК2 У1, ПК-3 У1
27	Оптимизационные модели развития и размещения производства	ОПК2 У1, ПК-3 У1
28	Однопродуктовые модели развития и размещения производства	ОПК2 У1, ПК-3 У1
29	Многопродуктовые модели развития и размещения производства	ОПК2 У1, ПК-3 У1
30	Методы анализа и прогнозирования рыночной конъюнктуры.	ОПК2 У1, ПК-3 У1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

Экзамен

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых на учебных занятиях по дисциплине (Таблица 2.5. рабочей программы)

«Отлично» (5) / «зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.


«Хорошо» (4) / «зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3) / «зачтено» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2) / «не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета экономики

 В.С. Отто

«31» августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Моделирование в маркетинговых исследованиях

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки
«Международная торговля»

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
очная

Рязань, 2020

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся компетенций, позволяющих разрабатывать и применять в профессиональной деятельности маркетинговые модели описания социально-экономических процессов и явлений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе (4 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины:

2 зачетных единицы, 72 академических часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Номер / индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1.	ОПК-2	способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	термины, конкретные факты, методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования, используемые при выборе инструментальных средств обработки экономических данных в соответствии с поставленными профессиональными задачами.	применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для моделирования бизнес-процессов	методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых для моделирования бизнес-процессов
2.	ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос	методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования бизнес-процессов, используемые для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации,	методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка

		потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка		конъюнктуры товарного рынка	
--	--	--	--	--------------------------------	--

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения
Зачет (4 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.